

1. Le terme « communication » existe dans la langue française depuis :

- a. le XII^e siècle.
- b. le XIV^e siècle.
- c. le XVIII^e siècle.

2. La théorie mathématique de l'information est liée notamment à :

- a. Claude Shannon.
- b. le philosophe Aristote.
- c. Ivy Lee.

3. Le terme « media » (sans accent) proposé par Yves Citton (2017) indique :

- a. « tout ce qui sert à enregistrer, à transmettre et/ou à traiter de l'information, des discours, des images, des sons ».
- b. l'« impression de magie perçue par les sujets humains devant les excès de puissance générés par la médialité ».
- c. « tout ce qui permet de diffuser de l'information, des discours, des images ou des sons à un public ».

4. Max Weber identifia trois sources d'autorité :

- a. légale, patriarcale et charismatique.
- b. légale, révolutionnaire et charismatique.
- c. légale, traditionnelle et charismatique.

5. Les étapes de la persuasion, selon Maisonneuve et d'autres auteurs, sont :

- a. l'éveil, l'intérêt, l'évaluation, l'essai et l'adoption.
- b. l'intérêt, l'éveil, l'essai, l'adoption et l'évaluation.
- c. l'éveil, l'intérêt, l'essai, l'évaluation et l'adoption.

6. Selon Jean-Marie Klinkenberg, les composantes du signe sont :

- a. le signifiant, le signifié et le référent.
- b. le stimulus, le signifié et le signifiant.
- c. le stimulus, le signifiant, le signifié et le référent.

7. Dans le « schéma actantiel » d'Algirdas Julien Greimas, le « sujet » est :

- a. le thème du discours narratif.
- b. le héros qui accomplit la quête de l'objet.
- c. l'objet de valeur, recherché par le héros.

8. Dans le langage du marketing, les « *earned media* » sont :

- a. les médias payés par l'organisation pour diffuser son message.
- b. les médias « gagnés » par l'organisation, qui parlent spontanément de l'organisation.
- c. les médias possédés par l'organisation, ceux dont elle est propriétaire.

9. L'expression anglaise « *boundary spanner* » indique :

- a. le rôle de passeur de frontière attribué parfois aux relations publiques.
- b. le fait que les professionnels des relations publiques violent souvent les règles légales.
- c. le fait que les professionnels de la communication distinguent les différents publics, en créant donc des barrières.

10. L'acronyme RACE signifie :

- a. Recherche, action, communication et évaluation.
- b. Recherche, action, contrôlée et évaluation.
- c. Recherche, analyse, communication et évaluation.

Réponses : 1. b. ; 2. a. ; 3. a. ; 4. c. ; 5. a. ; 6. c. ; 7. b. ; 8. b. ; 9. a. ; 10. c.